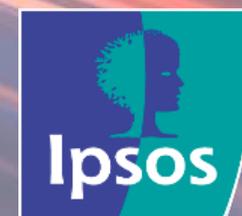


# LE BAROMÈTRE DE LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

5<sup>ÈME</sup> ÉDITION



# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLONS

**1 000** personnes, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.



## DATES DE TERRAIN

Du 3 au 10 novembre 2021



## MÉTHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Ipsos.

### Méthode des quotas :

Sexe, âge, profession de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

Enquête réalisée pour



**Avere**  
FRANCE



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Federico Vacas, Directeur adjoint du département Opinion.*

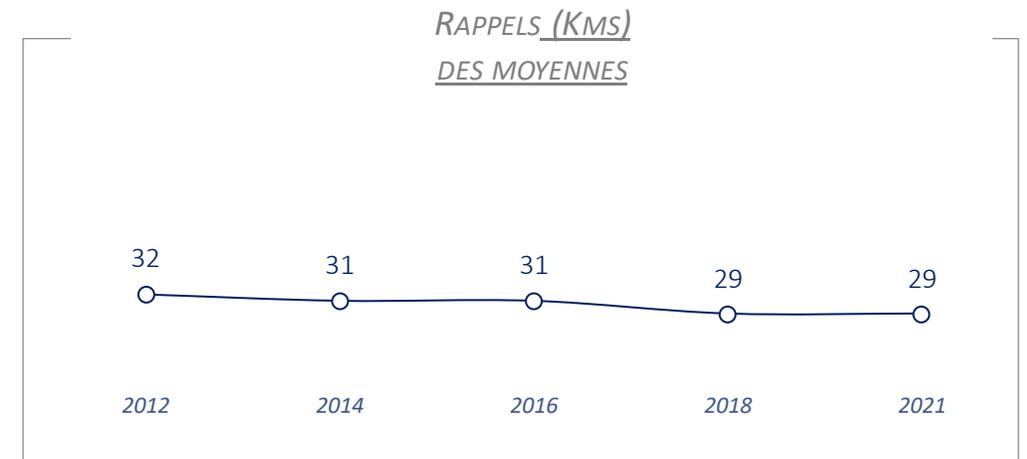
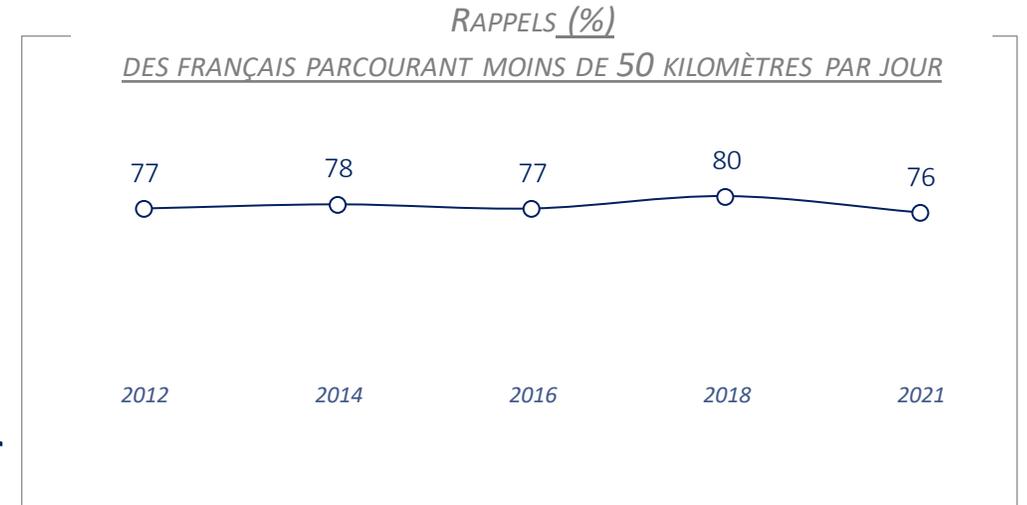
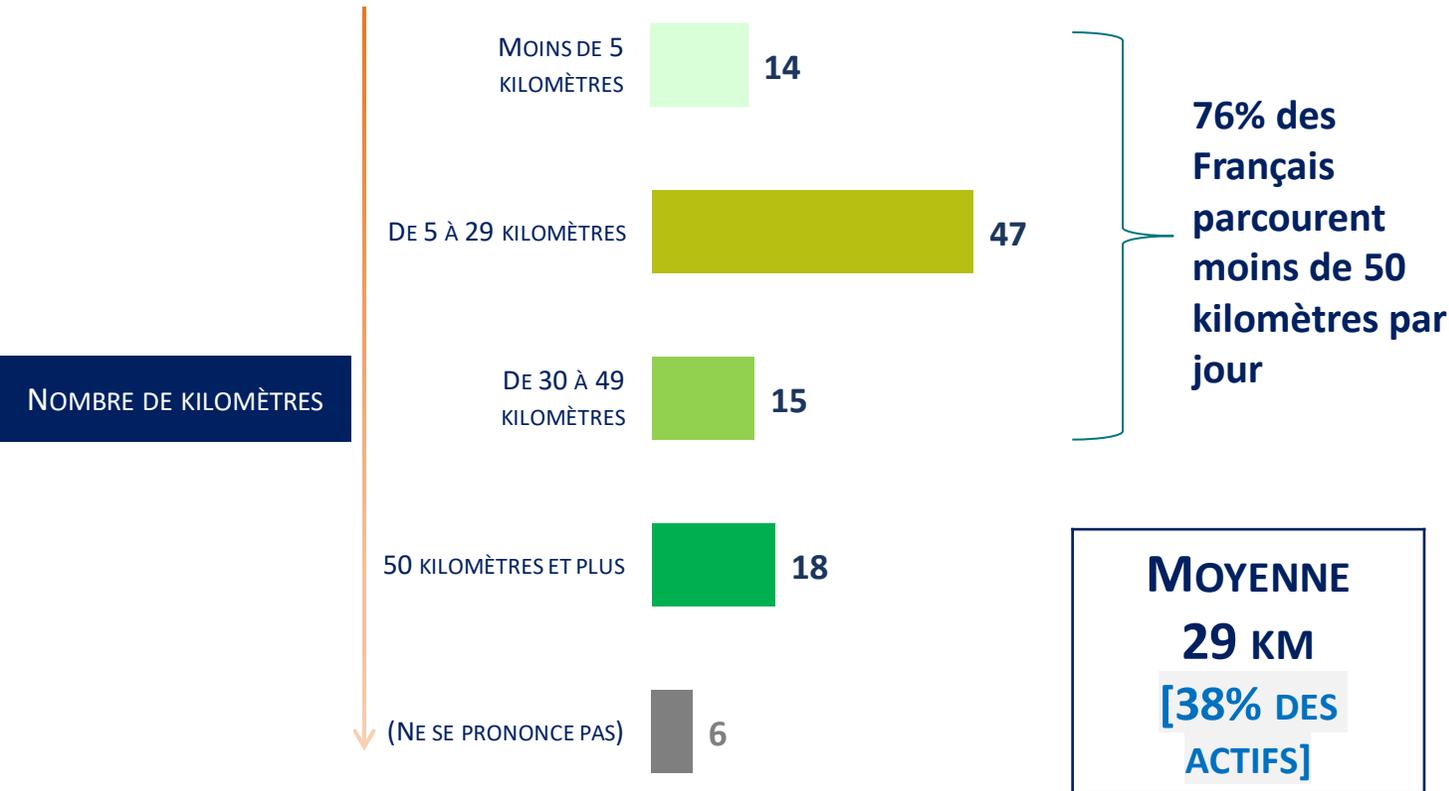


# MOBILITES & NOUVELLES FORMES DE MOBILITES

1

# LES DISTANCES PARCOURUES QUOTIDIENNEMENT PAR LES FRANÇAIS DIMINUENT LÉGÈREMENT, SANS POUR AUTANT QUE L'ON PUISSE MESURER UN EFFET « TÉLÉTRAVAIL » IMPORTANT : 76% D'ENTRE EUX (-4 POINTS) PARCOURENT MOINS DE 50 KM PAR JOUR, MAIS LA MOYENNE RESTE À 29KM/ JOUR

*Question : « En moyenne, combien de kilomètres faites-vous chaque jour pour vos déplacements quotidiens ? »*



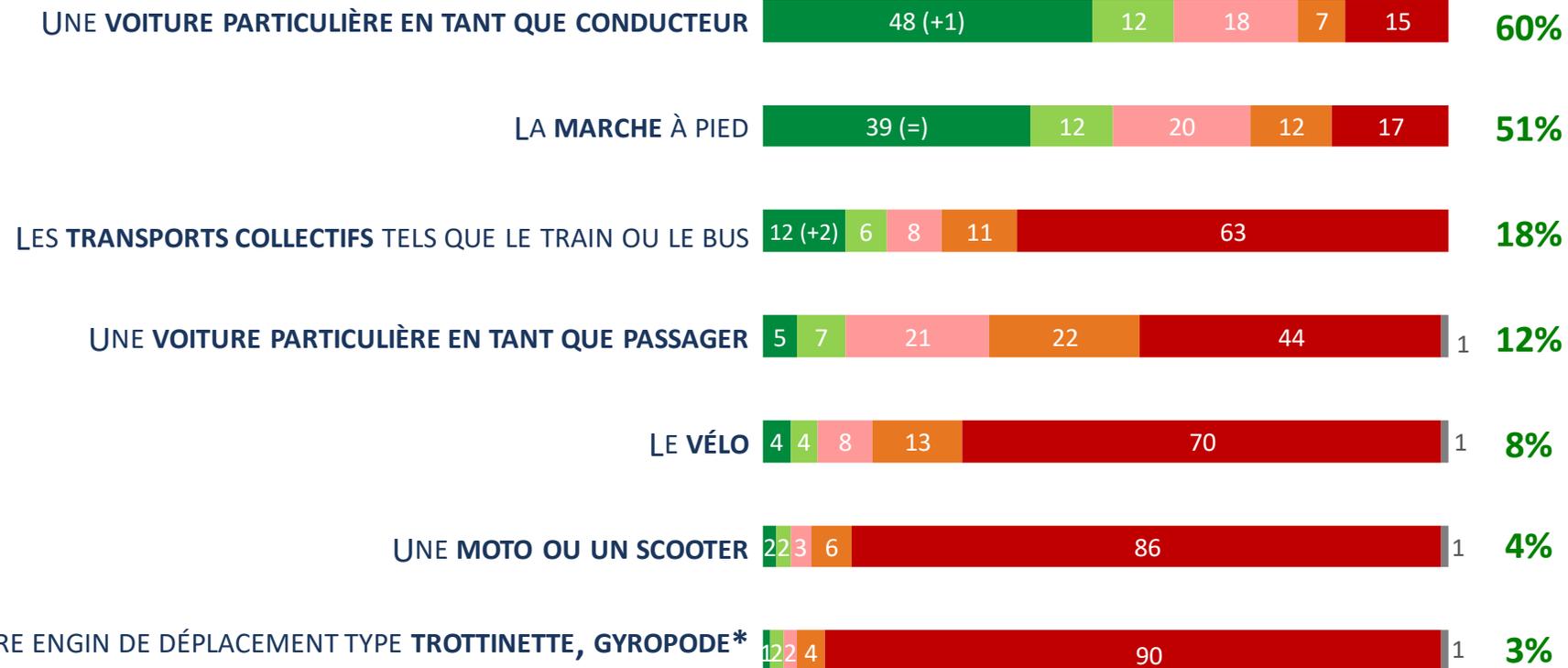
Base : Ensemble

# LA CONDUITE D'UNE VOITURE RESTE LE MOYEN LE PLUS UTILISÉ POUR SE DÉPLACER ET CONNAÎT UN LÉGER REGAIN PAR RAPPORT À 2018 (+2 POINTS)

Question : « Pouvez-vous me dire à quelle fréquence vous utilisez des moyens de transport suivants pour vos déplacements ? »

**AU MOINS 4 FOIS PAR SEMAINE**

**2021**



RAPPELS (%)  
« AU MOINS 4 FOIS PAR SEMAINE »

	2018	2016	2014	2012
UNE VOITURE PARTICULIÈRE EN TANT QUE CONDUCTEUR	58%	60%	63%	-
LA MARCHÉ À PIED	51%	47%	54%	55%
LES TRANSPORTS COLLECTIFS TELS QUE LE TRAIN OU LE BUS	16%	16%	16%	15%
UNE VOITURE PARTICULIÈRE EN TANT QUE PASSAGER	11%	11%	13%	-
LE VÉLO	7%	6%	8%	7%
UNE MOTO OU UN SCOOTER	3%	2%	2%	3%
UN AUTRE ENGIN DE DÉPLACEMENT TYPE TROTTINETTE, GYROPODE*	-	-	-	-

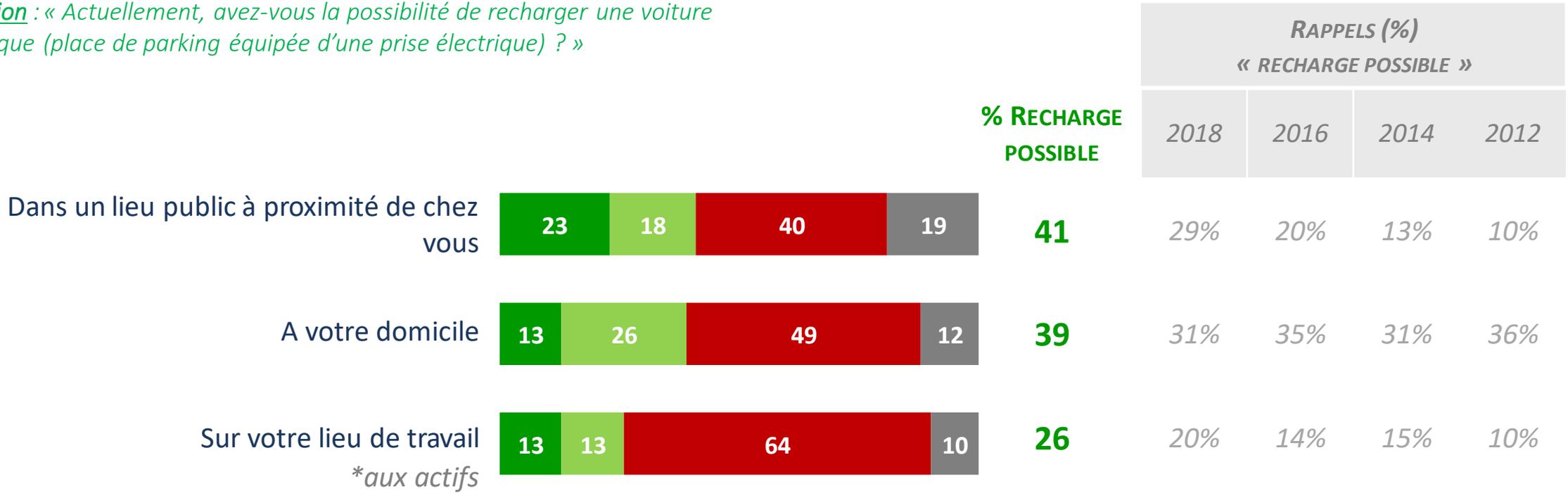
\* Nouvel item



Base : Ensemble

# UN FRANÇAIS SUR TROIS A DÈS À PRÉSENT ACCÈS À UN POINT DE RECHARGE POUR UN VÉHICULE ÉLECTRIQUE ; LES INFRASTRUCTURES DE RECHARGE SONT EN AUGMENTATION PARTOUT

*Question : « Actuellement, avez-vous la possibilité de recharger une voiture électrique (place de parking équipée d'une prise électrique) ? »*



**→ 34% ONT DÈS À PRÉSENT LA POSSIBILITÉ DE RECHARGER UN VE (+10) / 28% AURAIENT LA POSSIBILITÉ MOYENNANT QUELQUES AMÉNAGEMENTS (+3) / 33% NE L'ONT PAS (NE SAIT PAS : 5%)**

*Oui, c'est possible dès à présent*

*Oui, c'est possible mais cela demanderait quelques aménagements*

*Non, ce n'est pas possible*

*Vous ne savez pas si c'est possible*



Base : Ensemble

electric  
vehicle

PERCEPTION DE LA VOITURE  
ELECTRIQUE

2

# LE SENTIMENT D'INFORMATION SUR LE VÉHICULE ÉLECTRIQUE PROGRESSE LARGEMENT À TOUS LES ÉGARDS MAIS RESTE NÉANMOINS PARTIEL SUR LA MAJORITÉ DES ASPECTS TESTÉS

*Question : « Et plus précisément, avez-vous le sentiment d'être très bien, assez bien, assez mal ou très mal informé sur... »*

**2021**

**LE PRIX** DES VOITURES ÉLECTRIQUES **12** **41** **34** **13**

**53**

**L'AUTONOMIE** DES VOITURES ÉLECTRIQUES **10** **36** **38** **16**

**46**

**L'OFFRE** DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES SUR LE MARCHÉ **7** **39** **42** **12**

**46**

LA MANIÈRE DONT ON **RECHARGE** SON VÉHICULE ÉLECTRIQUE (TYPE DE PRISES, DURÉE DE CHARGE, LOCALISATION DES BORNES DE RECHARGE) **10** **36** **38** **16**

**46**

**L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL** DE LA VOITURE ÉLECTRIQUE\* **13** **33** **33** **21**

**46**

**LES AIDES DE L'ETAT** POUR L'ACHAT D'UNE VOITURE ÉLECTRIQUE **8** **32** **43** **17**

**40**

**LE COÛT D'UTILISATION** D'UNE VOITURE ÉLECTRIQUE PAR RAPPORT À UNE VOITURE THERMIQUE (ESSENCE OU DIESEL) **8** **29** **42** **21**

**37**

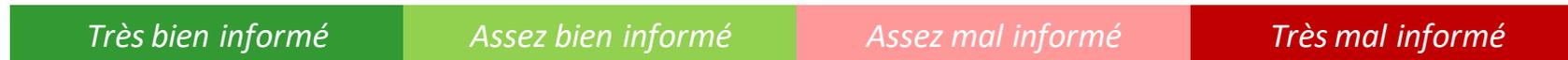
**L'UTILISATION** D'UNE VOITURE ÉLECTRIQUE AU QUOTIDIEN (ENTRETIEN, MAINTENANCE, CONDUITE...)\* **7** **29** **44** **20**

**36**

RAPPELS « BIEN INFORMÉ »

2018	2016	2014	2012
36%	33%	29%	24%
36%	35%	34%	34%
31%	27%	20%	17%
39%	42%	29%	-
-	-	-	-
27%	24%	17%	18%
26%	25%	20%	20%
-	-	-	-

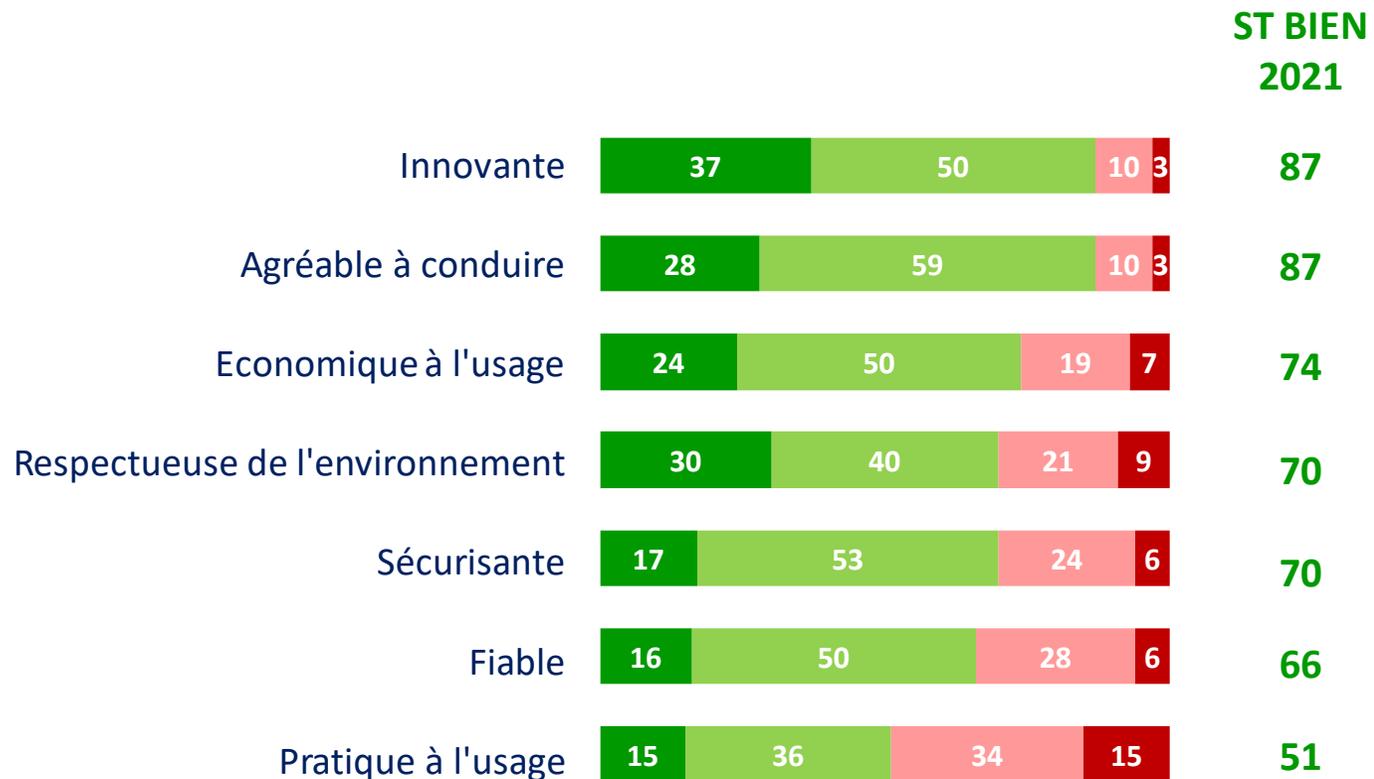
\*Nouveaux items



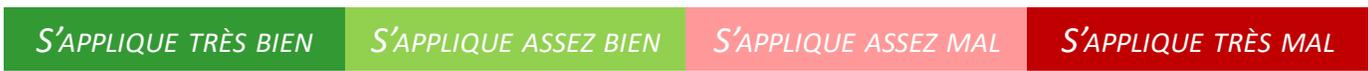
Base : Ensemble

# UNE PERCEPTION GLOBALEMENT TRÈS POSITIVE DE LA VOITURE ÉLECTRIQUE

**Question :** « Pour chacun des adjectifs suivants, pouvez-vous me dire s'il s'applique très bien, assez bien, assez mal ou très mal à l'idée que vous avez de la voiture électrique ? »



RAPPELS « S'APPLIQUE BIEN »				A DÉJÀ TESTÉ**		
2018	2016	2014	2012	2021	2018	2016
87%	94%	93%	95%	85%	86%	95%
82%	88%	82%	-	89%	86%	91%
68%	80%	81%	81%	75%	69%	83%
81%	91%	92%	94%	68%	78%	90%
69%	72%	65%	66%	73%	74%	80%
64%	70%	59%	59%	68%	70%	78%
-	-	-	-	-	-	-



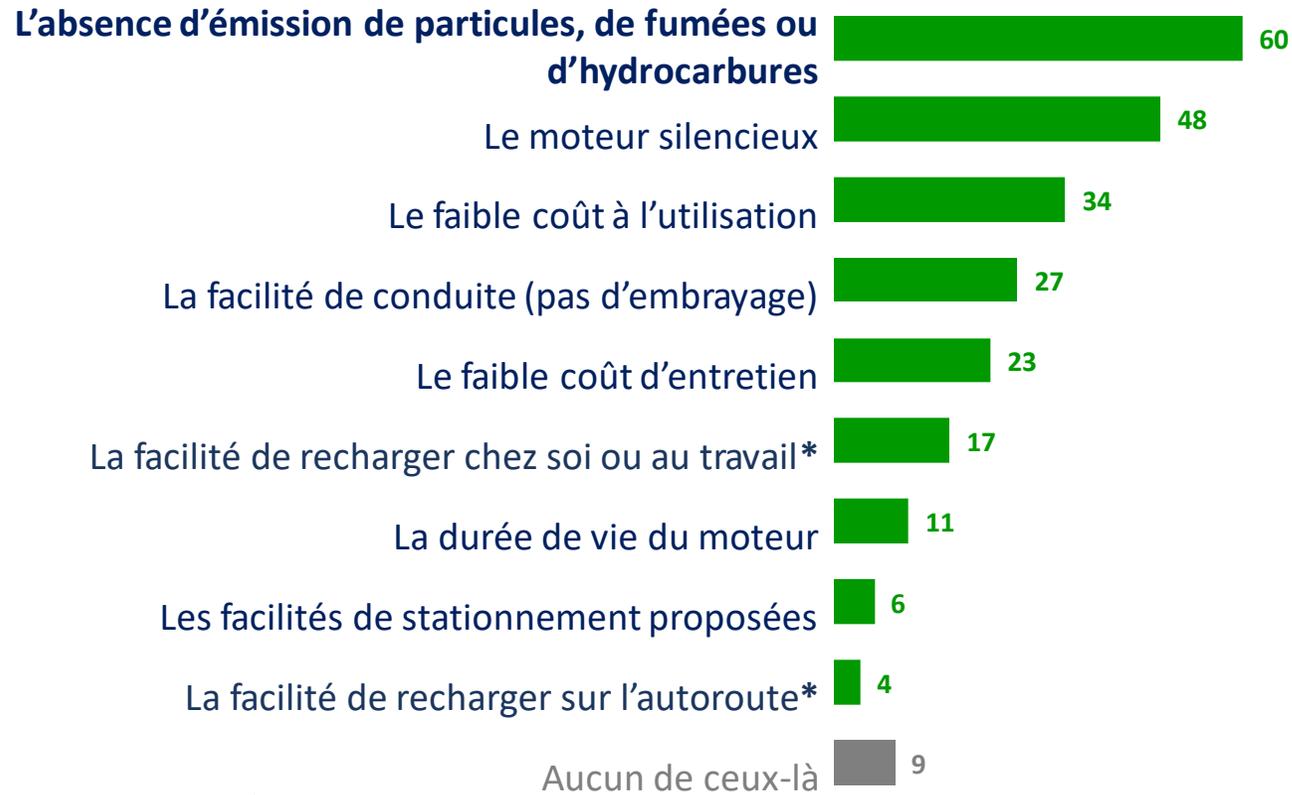
\*\* En tant que conducteur ou passager



Base : Ensemble

# UN IMPACT RÉDUIT SUR L'ENVIRONNEMENT : LE PRINCIPAL AVANTAGE DE LA VOITURE ÉLECTRIQUE

*Question : « D'après vous, quels sont parmi les suivants, les trois principaux avantages de la voiture électrique ? »*



« FRANÇAIS PRÊTS À ACHETER UN VE »
58%
47%
40%
29%
29%
23%
15%
8%
7%
2%

**\*Nouveaux items rendant la comparaison avec les résultats des années précédentes non pertinente**



Base : Ensemble

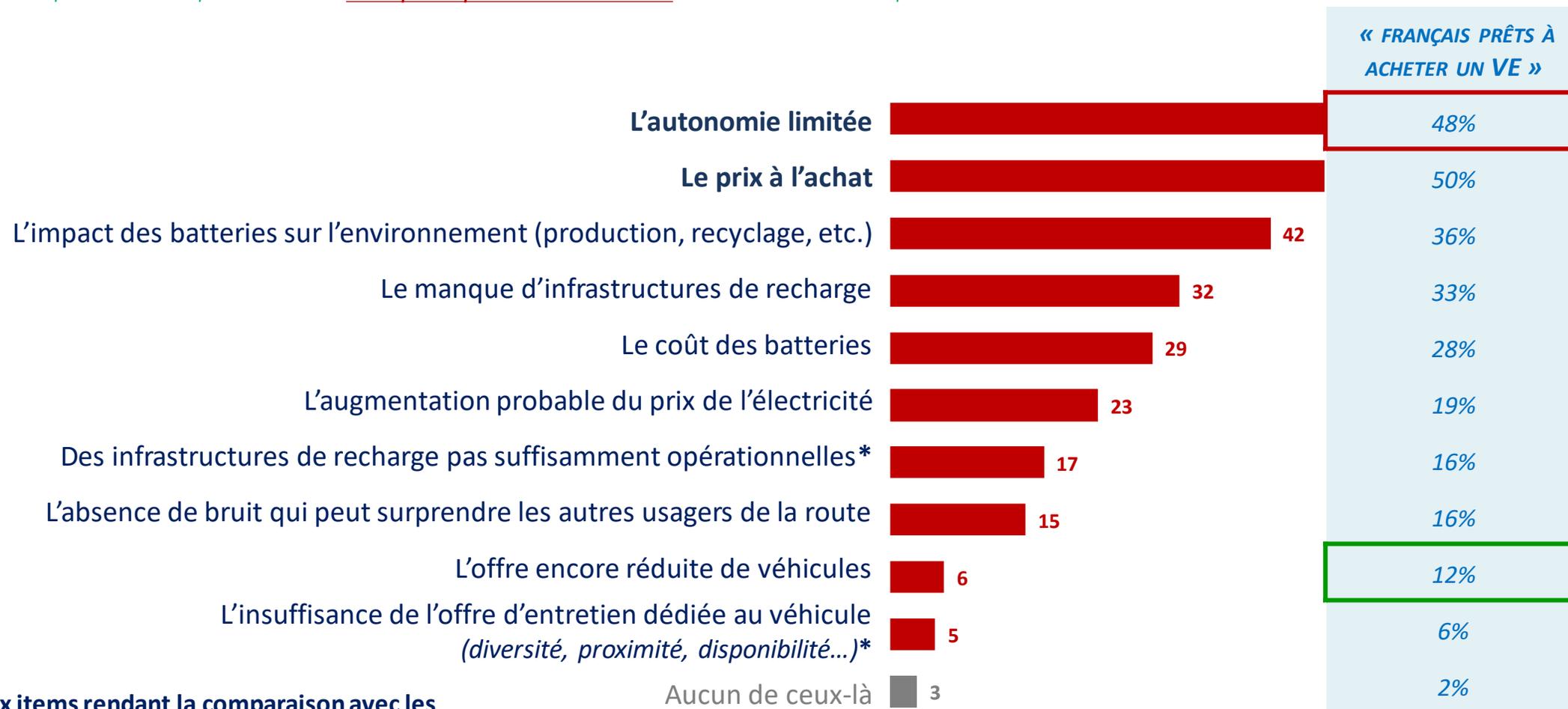
Total supérieur à 100, 3 réponses possibles

**GAME CHANGERS**



# SI L'OFFRE DE VÉHICULES N'EST PLUS UN PROBLÈME, L'AUTONOMIE ET LE PRIX À L'ACHAT SONT TOUJOURS PERÇUS COMME DES FREINS DANS LA DÉMOCRATISATION DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE

Question : « Et quels sont d'après vous les trois principaux inconvénients de la voiture électrique ? »



\*Nouveaux items rendant la comparaison avec les résultats des années précédentes non pertinente



Base : Ensemble

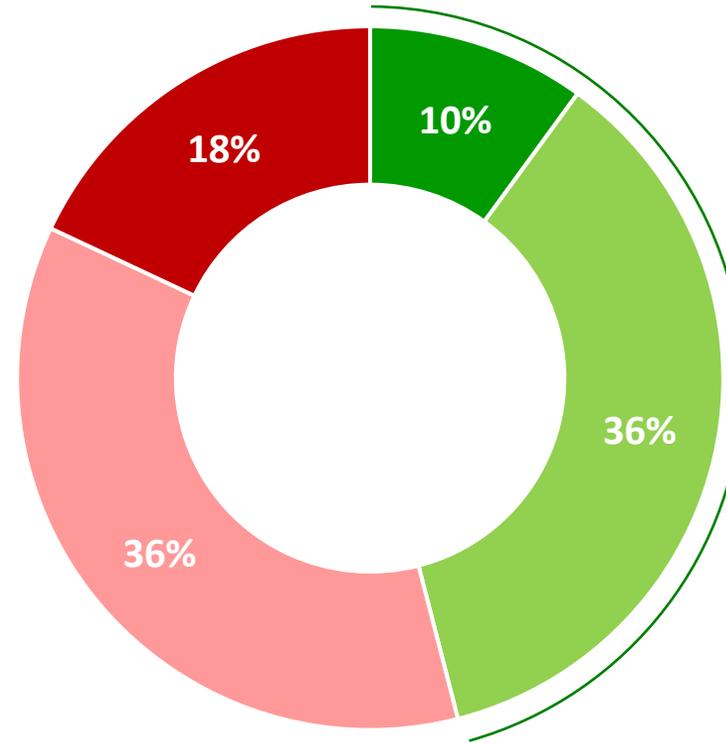
Total supérieur à 100, 3 réponses possibles

GAME CHANGERS



# PRÈS D'UN FRANÇAIS SUR DEUX EST CONVAINCU QUE LE VÉHICULE ÉLECTRIQUE POURRAIT À L'AVENIR REMPLACER TOTALEMENT LES VÉHICULES THERMIQUES ET 63% CHEZ LES MIEUX INFORMÉS.

*Question : « Tout compte fait, diriez-vous que le véhicule électrique constitue une solution d'avenir qui pourrait remplacer totalement les véhicules thermiques (à essence ou diesel) ? »*



**% NON : 54%**

**66% des 60 ans et plus**

63% en milieu rural

66% dans les villes de moins de 20 000 hab

73% de ceux qui se disent très mal informés

**% OUI : 46%**

**76% des 15-24 ans (dont 21%**

**Oui, certainement)**

58% des habitants de

l'agglomération parisienne

63% de ceux qui se disent les mieux informés sur le VE

Oui, certainement

Oui, probablement

Non, probablement pas

Non, certainement pas



Base : Ensemble

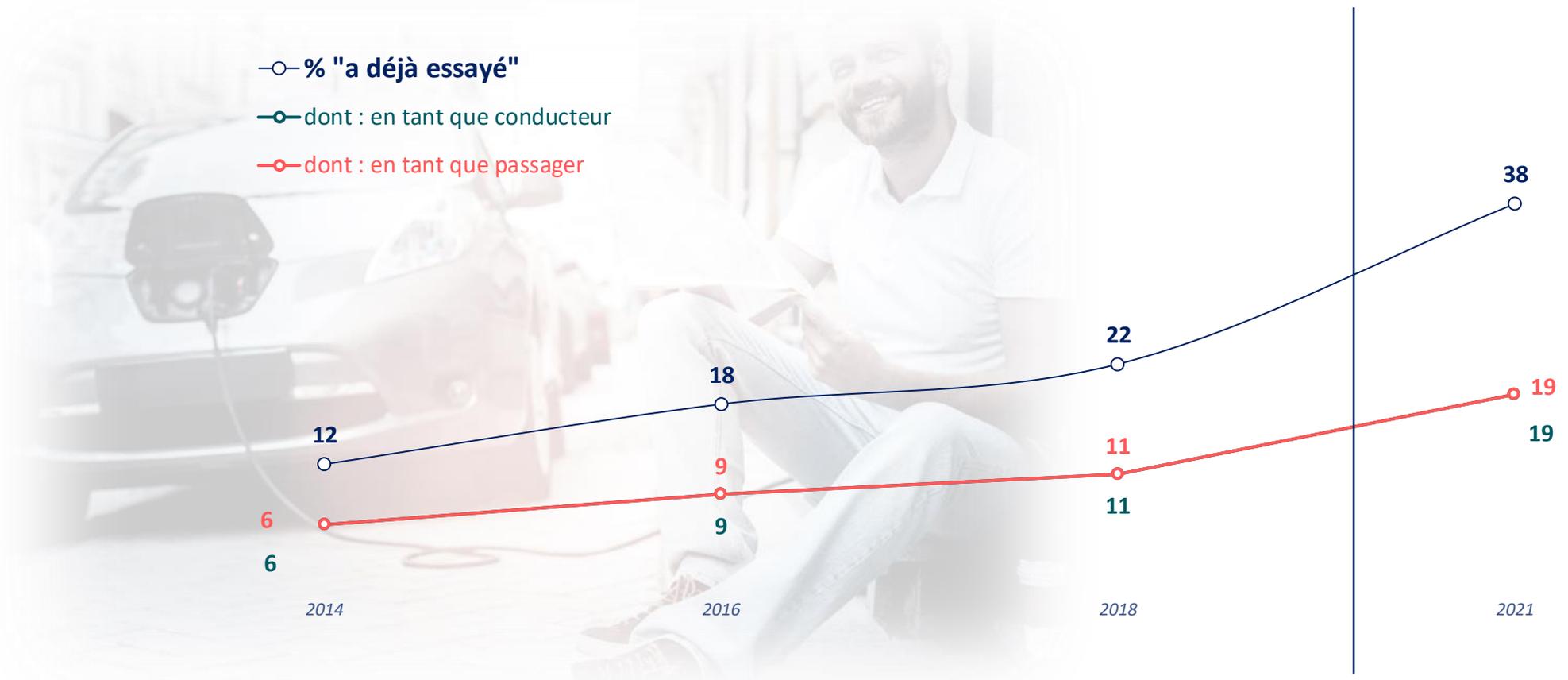


# INTENTIONS ET LEVIERS À L'ACHAT DE VOITURES ÉLECTRIQUES

3

# LA PART DES FRANÇAIS AYANT DÉJÀ TESTÉ UNE VOITURE ÉLECTRIQUE, EN TANT QUE CONDUCTEUR OU PASSAGER, AUGMENTE CONSIDÉRABLEMENT (+16 / 2018)

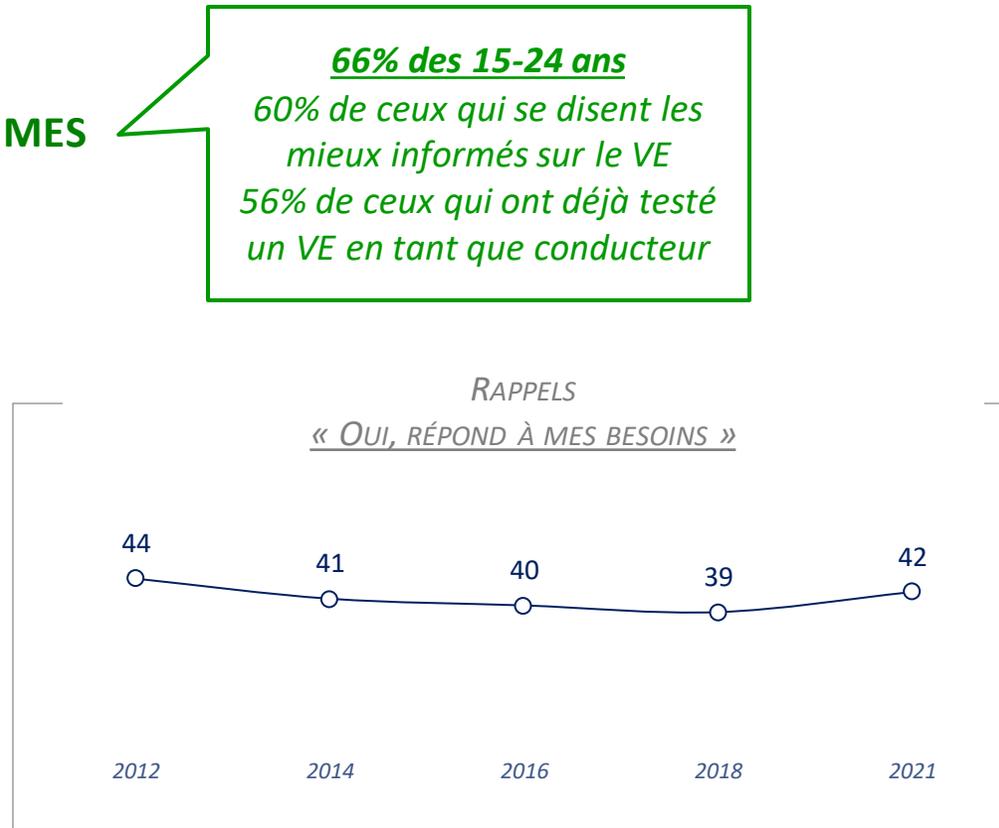
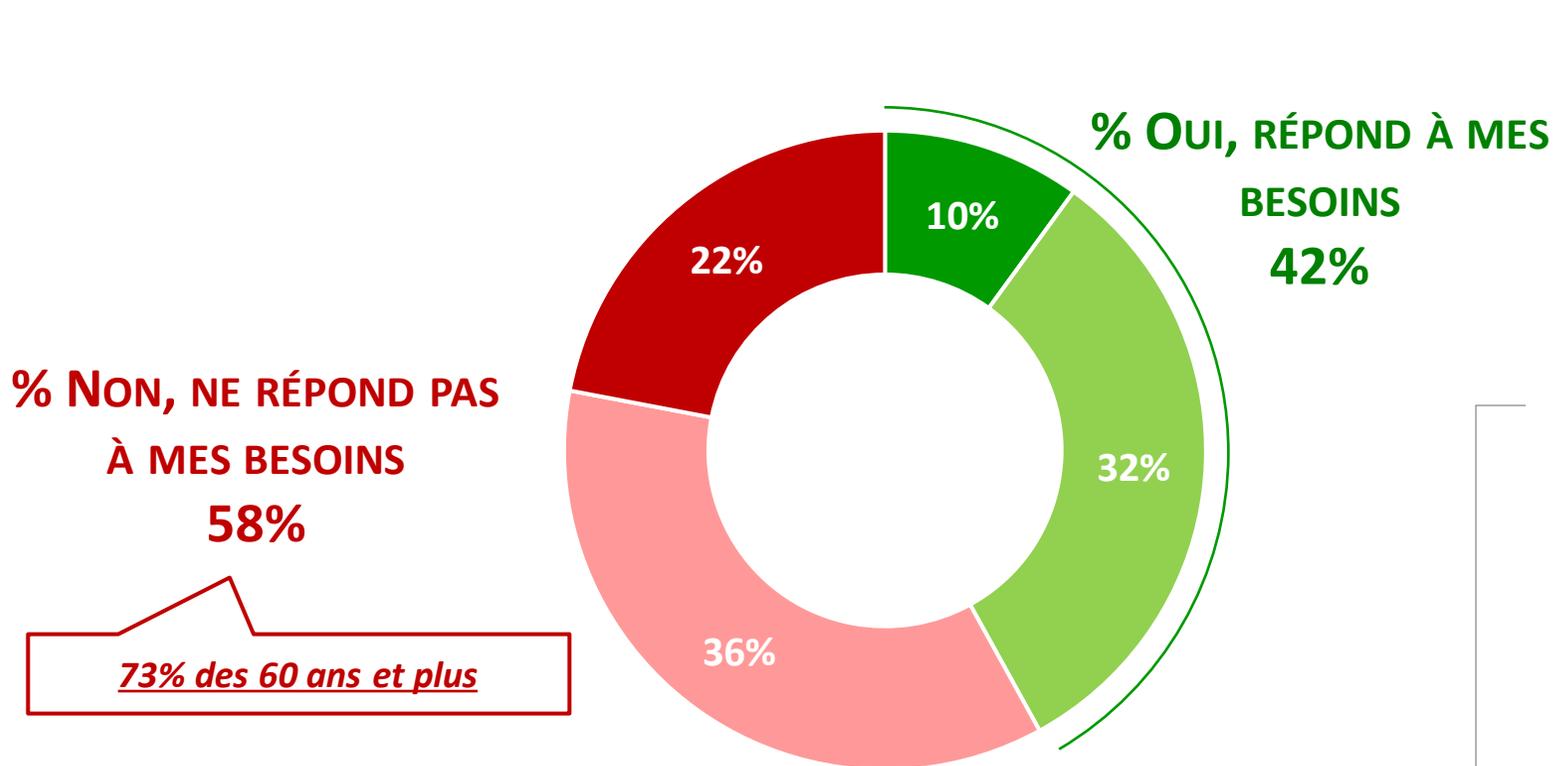
**Question :** « Avez-vous déjà testé une voiture électrique ? »



Base : Ensemble

# LE VÉHICULE ÉLECTRIQUE RÉPOND AUX BESOINS DE MOBILITÉ D'UN PEU PLUS DE 4 FRANÇAIS SUR 10 AU GLOBAL, ET DES DEUX-TIERS DES PLUS JEUNES

*Question : « Pensez-vous qu'une voiture électrique puisse répondre à vos besoins personnels quotidiens de mobilité ? »*

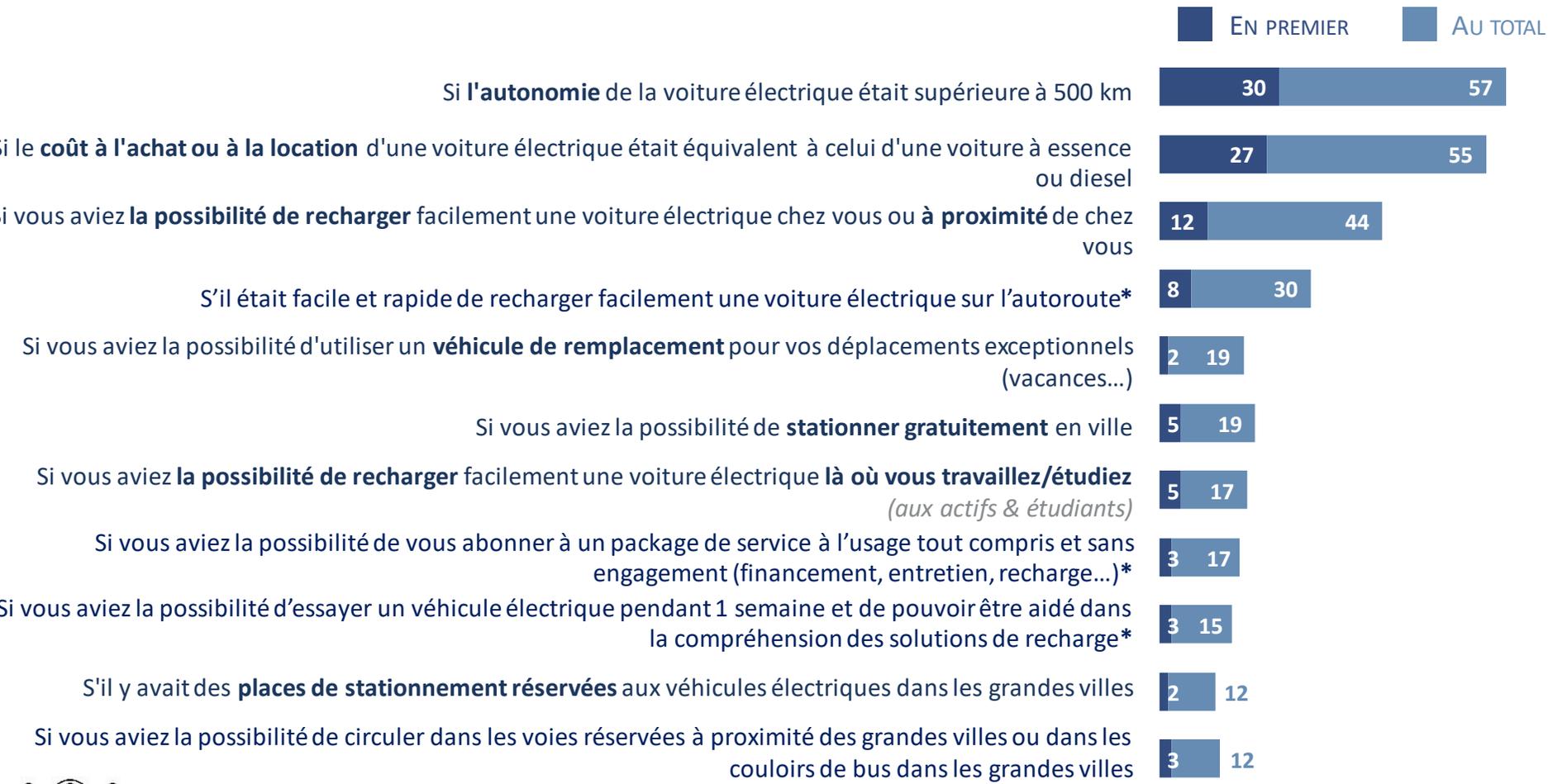


Oui, en totalité | Oui, en grande partie | Non, qu'en partie seulement | Non, à aucun de mes besoins

 Base : Ensemble

# LES PRINCIPALES MOTIVATIONS POUR PASSER À L'ÉLECTRIQUE : UNE AUTONOMIE SUPÉRIEURE À 500KM, UN COÛT ÉQUIVALENT AUX VÉHICULES THERMIQUES ET LA POSSIBILITÉ DE RECHARGER FACILEMENT SONT DES ÉLÉMENTS DÉTERMINANTS

*Question : « Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui vous inciteraient le plus à choisir une voiture électrique ? »*



TOTAL « FRANÇAIS PRÊTS À ACHETER UN VE »
46%
51%
45%
28%
17%
24%
17%
18%
18%
17%
16%

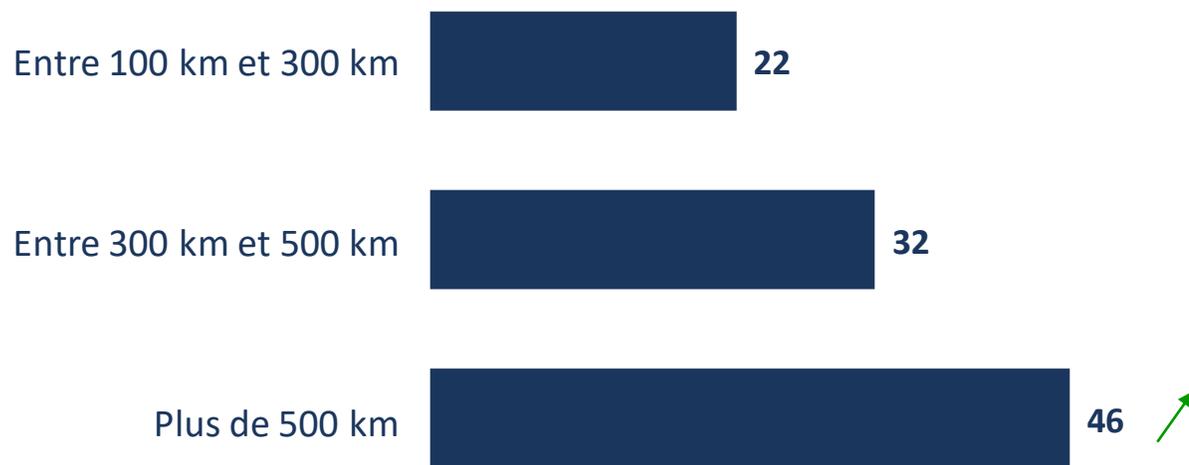


Base : Ensemble

**\*Nouveaux items rendant la comparaison avec les résultats des années précédentes non pertinente**

# DES ATTENTES ENVERS L'AUTONOMIE DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES TOUJOURS PLUS GRANDES : UN VÉHICULE ÉLECTRIQUE AVEC UNE AUTONOMIE DE 300KM ET AU-DELÀ REMPLIT LES BESOINS PERSONNELS DE MOBILITÉ POUR 78% DES FRANÇAIS

*Question : « A partir de combien de kilomètres d'autonomie diriez-vous qu'une voiture électrique répond parfaitement à vos besoins personnels de mobilité ? »*



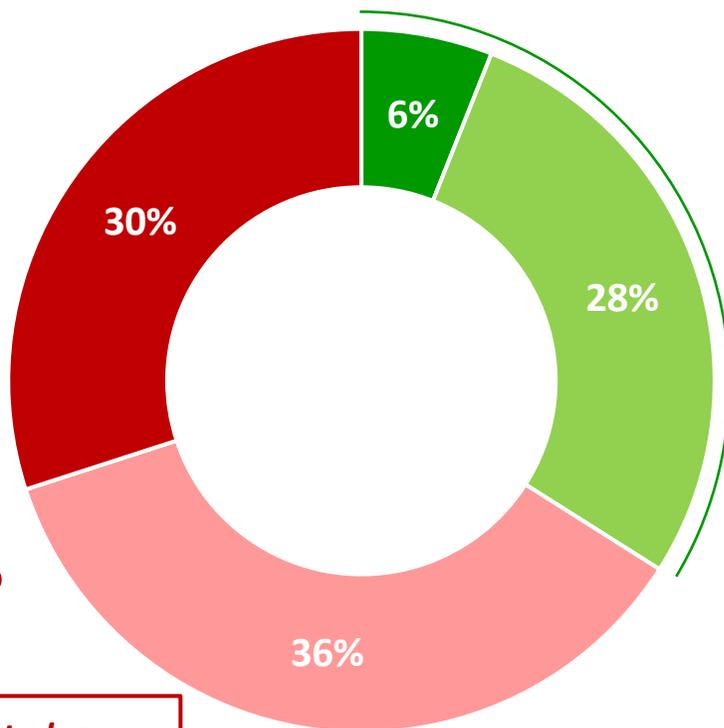
RAPPELS (%)		RAPPELS « FRANÇAIS PRÊTS À ACHETER UN VE »		
2018	2016	2021	2018	2016
24%	32%	34%	32%	39%
36%	36%	43%	44%	43%
40%	32%	23%	24%	18%



Base : Ensemble

# TOUT COMPTE FAIT, L'INTENTION D'ACHETER UNE VOITURE ÉLECTRIQUE EST STABLE DEPUIS 2016 – APRÈS AVOIR ENREGISTRÉ UNE NETTE PROGRESSION ENTRE 2014 ET 2016

*Question : « Si vous deviez dans les prochains mois choisir une voiture, vous tourneriez-vous vers une voiture électrique plutôt qu'une voiture à essence ou à diesel ? »*



**% OUI : 34%**

### 59% des 15-24 ans

45% des habitants de l'agglomération parisienne  
52% de ceux qui se disent les mieux informés sur le VE  
49% de ceux qui ont déjà testé un VE en tant que conducteur

**% NON : 66%**

**75% des 60 ans et plus**

RAPPELS  
« OUI »



Oui, tout à fait

Oui, plutôt

Non, plutôt pas

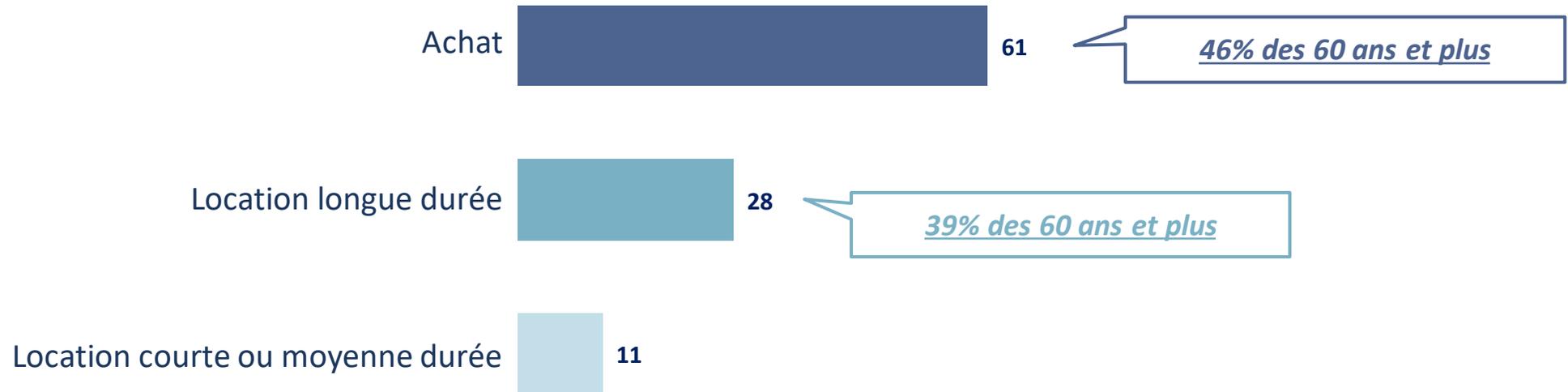
Non, pas du tout



Base : Ensemble

# L'ACHAT SERAIT PRIVILÉGIÉ PAR 61% DES FRANÇAIS QUI POURRAIENT CHOISIR UN VÉHICULE ÉLECTRIQUE S'ILS DEVAIENT DANS LES PROCHAINS MOIS CHOISIR UNE VOITURE

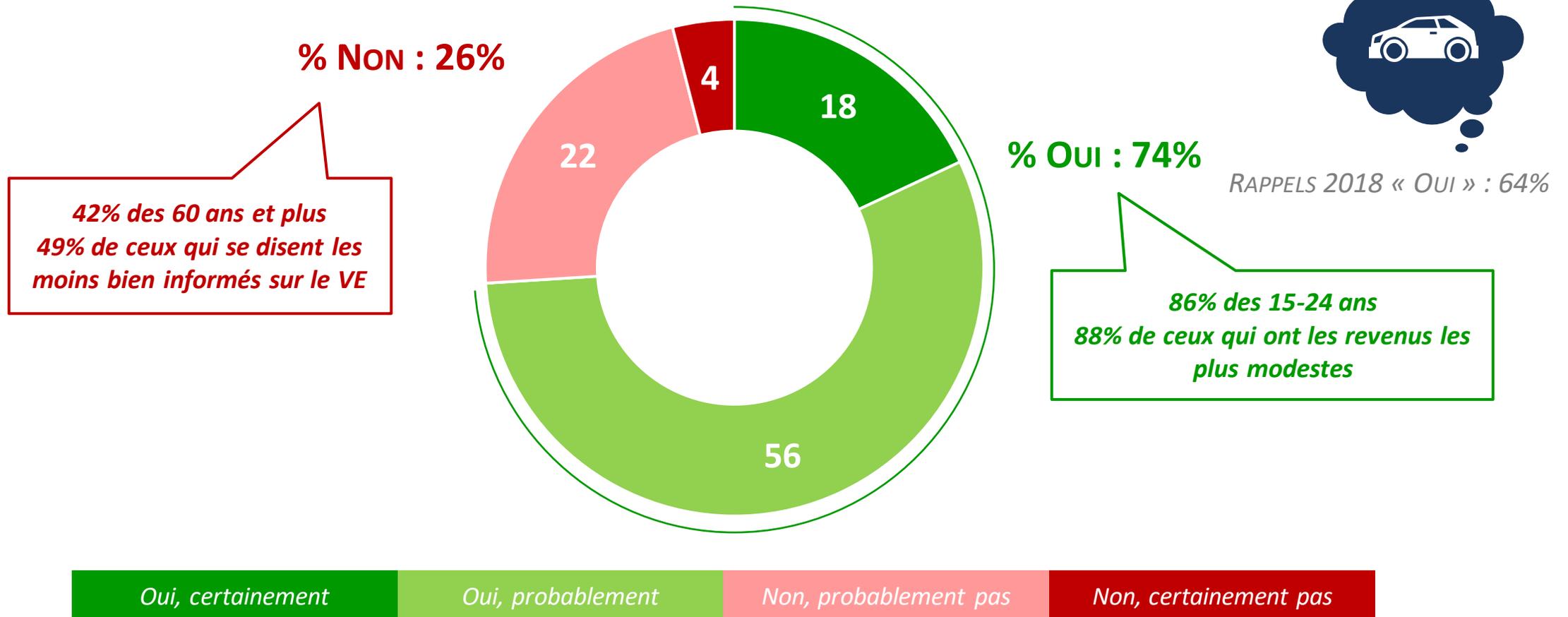
Question : « Quelle solution envisageriez-vous ? »



Base : A ceux qui sont prêts dans les prochains mois à choisir une voiture électrique (34% de l'échantillon)

# ET LES TROIS-QUARTS DES PERSONNES QUI SE DISENT PRÊTES À CHOISIR UN VÉHICULE ÉLECTRIQUE POURRAIENT SE TOURNER VERS L'OCCASION...

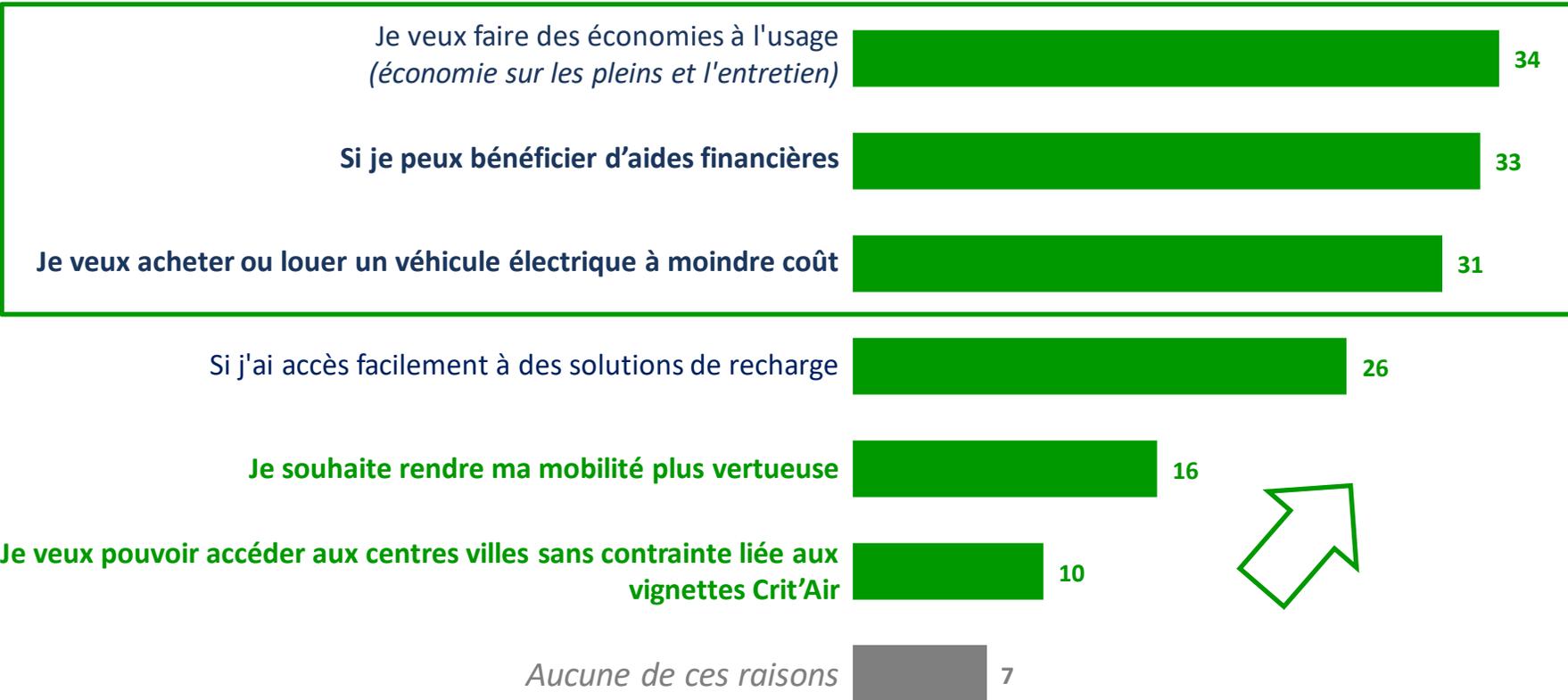
Question : « Et seriez-vous prêt à choisir (achat ou location longue durée) une voiture électrique d'occasion ? »



Base : A ceux qui sont prêts dans les prochains mois à choisir une voiture électrique (34% de l'échantillon)

# ...ET CE, PRINCIPALEMENT POUR DES RAISONS DE COÛTS

*Question : « Quelles sont les raisons qui pourraient vous inciter à choisir (achat ou location longue durée) un véhicule électrique d'occasion ? »*



RAPPEL	FRANÇAIS PRÊTS À ACHETER UN VE D'OCCASION	
	2018	2021
Je veux faire des économies à l'usage (économie sur les pleins et l'entretien)	26%	38%
Si je peux bénéficier d'aides financières	34%	35%
Je veux acheter ou louer un véhicule électrique à moindre coût	42%	33%
Si j'ai accès facilement à des solutions de recharge	21%	27%
Je souhaite rendre ma mobilité plus vertueuse	11%	17%
Je veux pouvoir accéder aux centres villes sans contrainte liée aux vignettes Crit'Air	7%	11%
Aucune de ces raisons	14%	2%

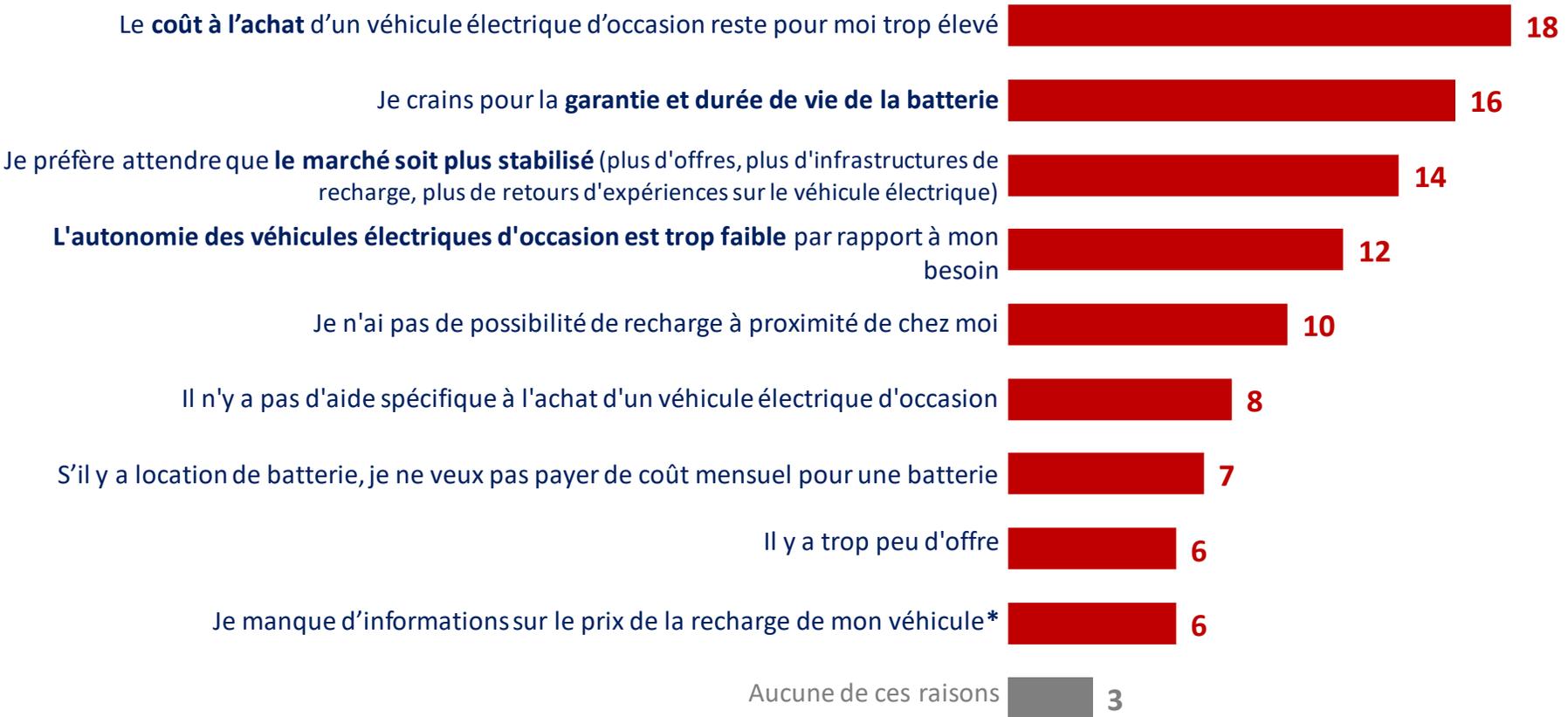


Base : A ceux qui sont prêts dans les prochains mois à choisir une voiture électrique (34% de l'échantillon)

Total supérieur à 100, 2 réponses possibles

# MÊME SI PARALLÈLEMENT, LE COÛT D'UN VÉHICULE D'OCCASION EST PERÇU COMME TROP ÉLEVÉ ET LE PREMIER FREIN IDENTIFIÉ

Question : « Au contraire, quelle est la qui pourrait vous freiner au moment de choisir un véhicule électrique d'occasion ? »



FRANÇAIS PRÊTS À ACHETER UN VE D'OCCASION
21%
13%
13%
9%
11%
9%
9%
6%
7%
2%

**\*Nouvel item rendant la comparaison avec les résultats des années précédentes non pertinente**



Base : A ceux qui sont prêts dans les prochains mois à choisir une voiture électrique (34% de l'échantillon)



# VÉLOS ET SCOOTERS ÉLECTRIQUES

# 4

## 42% DES FRANÇAIS SONT UTILISATEURS DE 2 ROUES...

DANS LE DÉTAIL, CE SONT 29% DES FRANÇAIS QUI UTILISENT UN VÉLO NON-ÉLECTRIQUE AU MOINS 2 FOIS PAR MOIS, ET 14% UN VÉLO ÉLECTRIQUE

*Question : « Vous personnellement, utilisez-vous l'un des moyens de transport suivant pour vous déplacer : »*

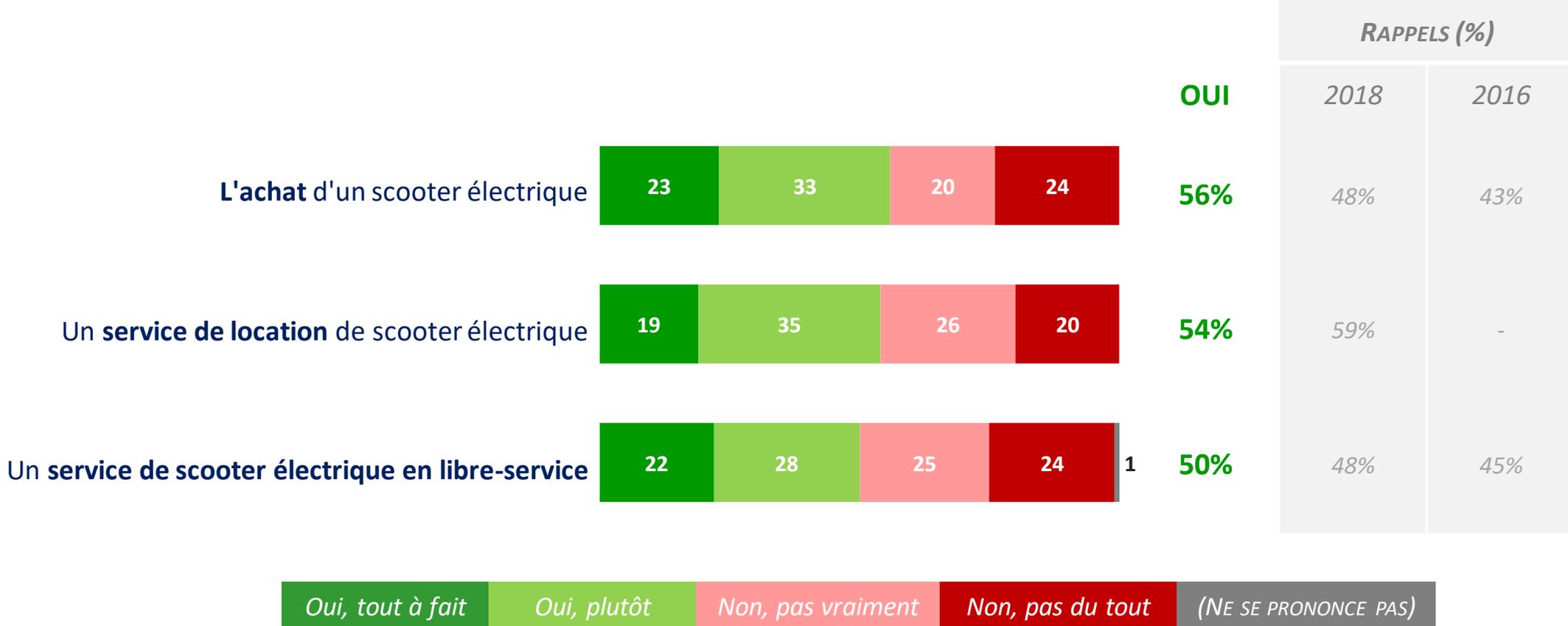
	VÉLO NON ÉLECTRIQUE	VÉLO À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE	MOTO THERMIQUE (ESSENCE OU DIESEL)	MOTO ÉLECTRIQUE	SCOOTER THERMIQUE (ESSENCE OU DIESEL)	SCOOTER ÉLECTRIQUE	TROTINETTE ÉLECTRIQUE
Tous les jours ou presque	4%	2%	3%	1%	2%	1%	2%
4 à 5 fois par semaine	4%	3%	2%	1%	2%	2%	1%
1 à 3 fois par semaine	8%	4%	5%	2%	2%	2%	4%
2 à 3 fois par mois	13%	5%	4%	2%	2%	2%	4%
<b>% Utilisateurs réguliers</b>	<b>29%</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>11%</b>
Moins souvent ou jamais	71%	86%	86%	94%	92%	93%	89%



Base : Ensemble

# L'INTÉRÊT POUR L'ACHAT D'UN SCOOTER ÉLECTRIQUE PROGRESSE AUPRÈS DES UTILISATEURS DE SCOOTERS

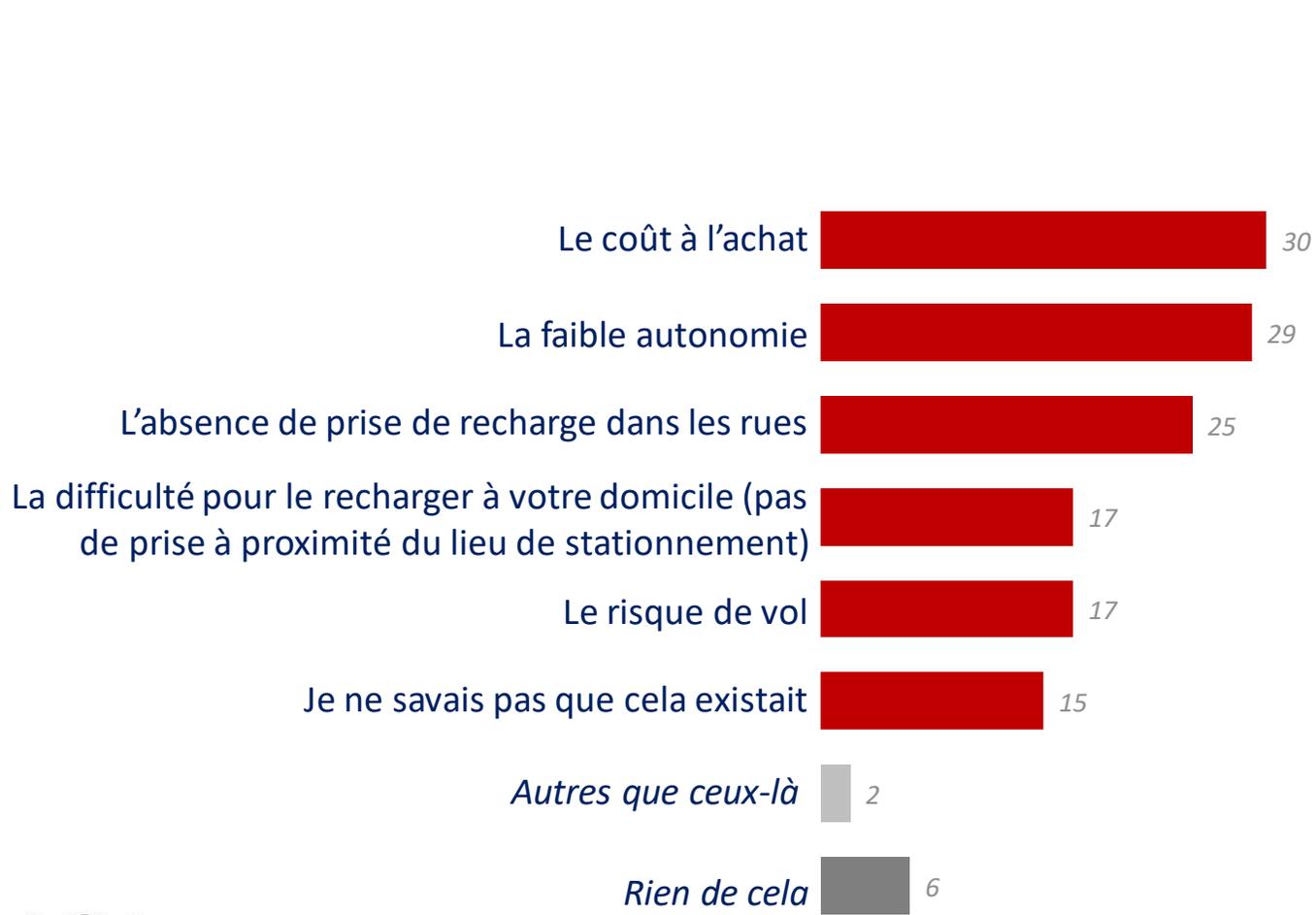
Question : « Seriez-vous intéressé par : »



Base : Aux utilisateurs de scooters

# NÉANMOINS, LE COÛT À L'ACHAT RESTE LE PREMIER FREIN, NOTAMMENT AUPRÈS DE CEUX QUI SONT INTÉRESSÉS PAR CET ACHAT

Question 15 : « Quels sont parmi les suivants les deux principaux freins à l'achat ou la location d'un scooter électrique : »



RAPPELS		RAPPELS « INTÉRESSÉ PAR L'ACHAT D'UN SCOOTER ÉLECTRIQUE »		
2018	2016	2021	2018	2016
44%	50%	34%	50%	51%
34%	27%	29%	34%	32%
24%	26%	30%	27%	27%
15%	19%	22%	18%	24%
21%	34%	19%	22%	26%
6%	10%	8%	7%	12%
3%	-	-	3%	-
5%	4%	2%	1%	2%

Total supérieur à 100, 2 réponses possibles

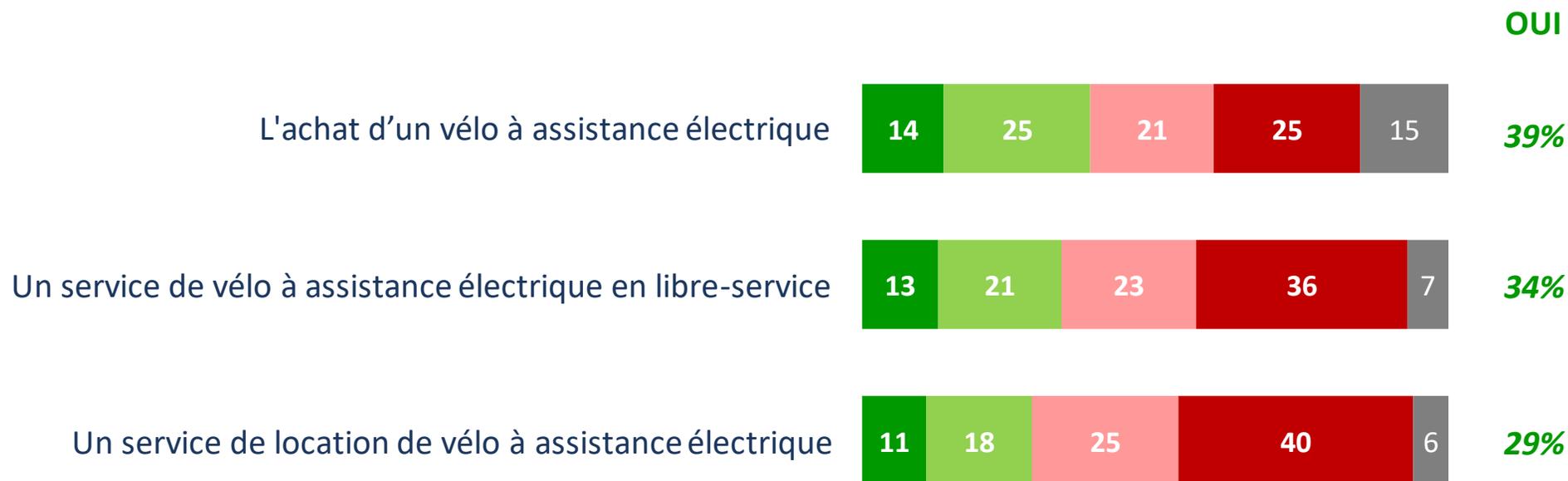


Base : Aux utilisateurs de scooter



# 39% DES CYCLISTES SE DISENT INTÉRESSÉS PAR L'ACHAT D'UN VÉLO À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE (SACHANT QUE 15% EN ONT DÉJÀ UN – OU ACCÈS À UN)

Question : « Seriez-vous intéressé par : »



Oui, tout à fait

Oui, plutôt

Non, pas vraiment

Non, pas du tout

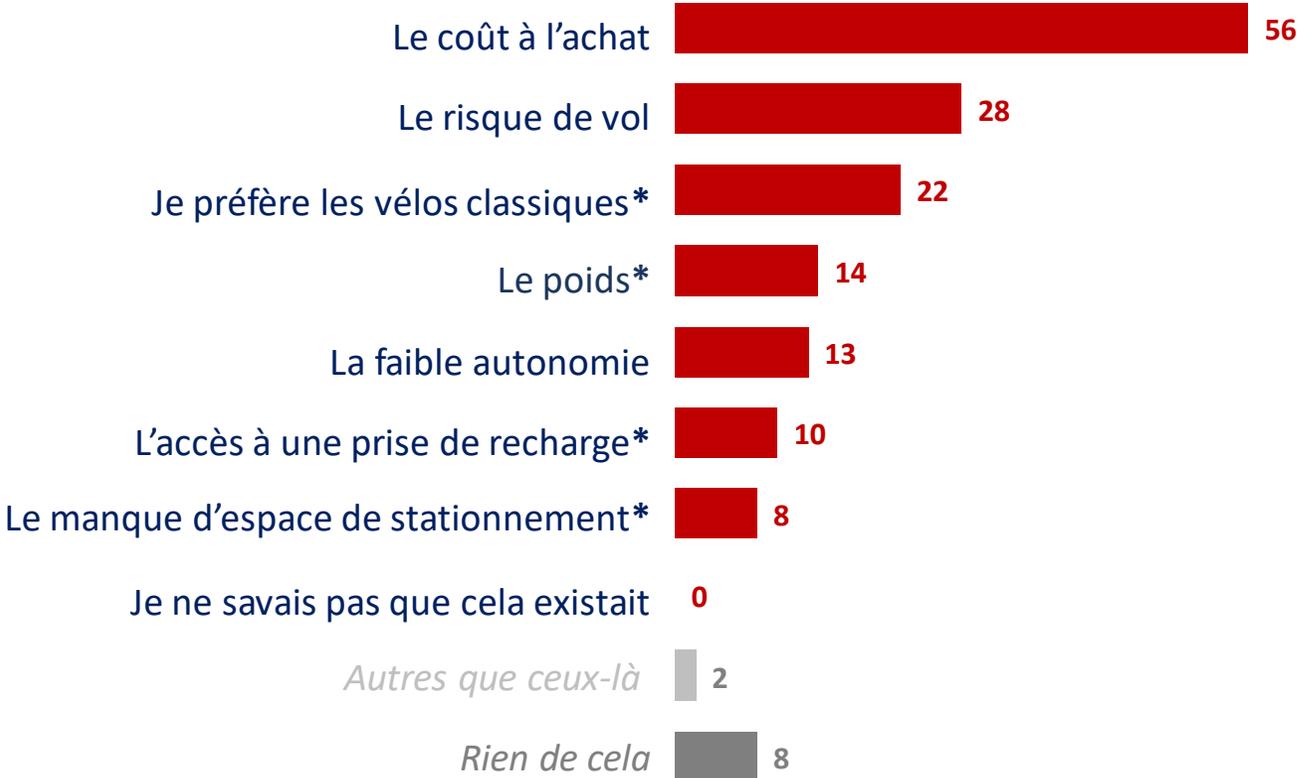
J'en ai déjà un / J'y ai déjà accès



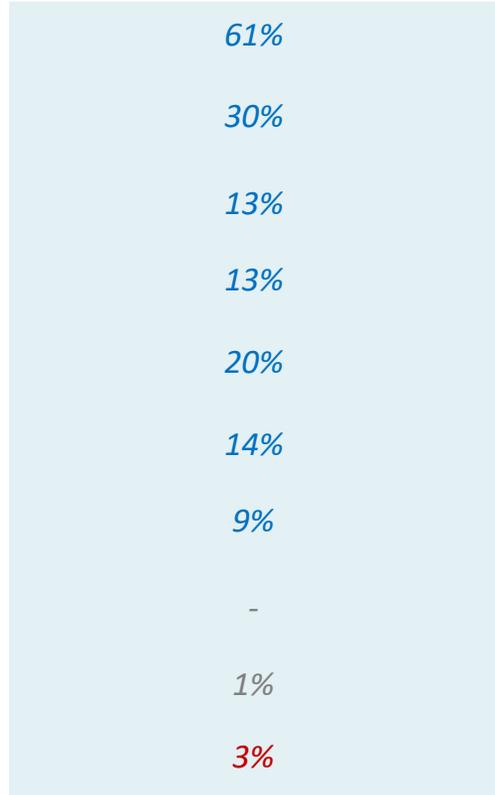
Base : Aux utilisateurs de vélo

# MAIS LE COÛT, ET LE RISQUE DE VOL, RESTENT DES FREINS TRÈS IMPORTANTS

Question 17 : « Quels sont parmi les suivants les deux principaux freins à l'achat d'un vélo à assistance électrique : »



RAPPELS « INTÉRESSÉ PAR L'ACHAT D'UN VÉLO ÉLECTRIQUE »



\*Nouveaux items rendant la comparaison avec les résultats des années précédentes non pertinente



Base : Aux utilisateurs de vélo

Total supérieur à 100, 2 réponses possibles





LES ATTENTES À L'ÉGARD  
DES COLLECTIVITÉS EN TERMES  
DE MOBILITÉ

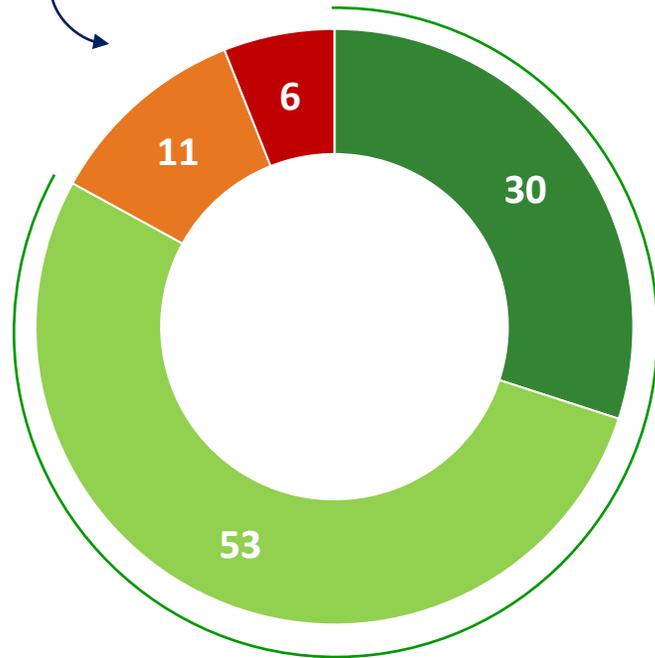
5

# ON NOTE UNE VOLONTÉ D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'AIR (+8 POINTS / 2018) AINSI QUE DE LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE VIA LA MOBILITÉ

Question : « Etes-vous prêt à changer vos habitudes de mobilité pour : »

## Améliorer la qualité de l'air

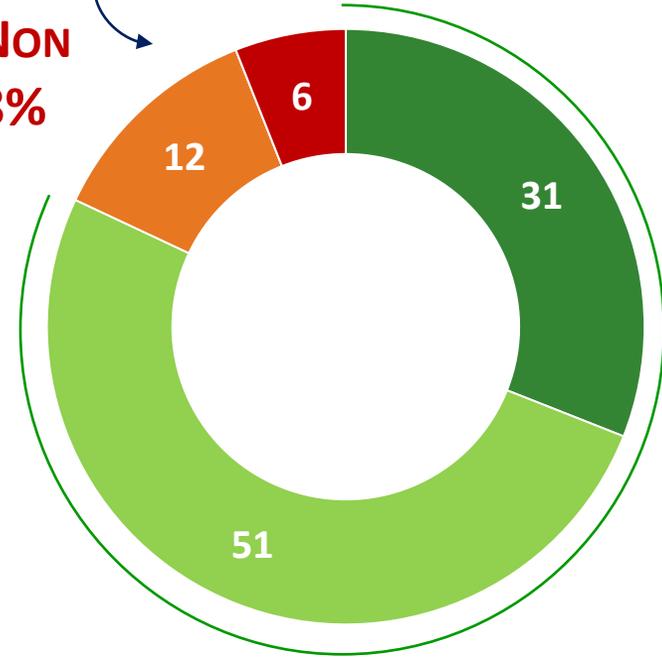
**% NON**  
**17%**



**% OUI**  
**83%**

## Lutter contre le changement climatique

**% NON**  
**18%**



**% OUI**  
**82%**

RAPPELS « OUI POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'AIR »



Oui, tout à fait

Oui, plutôt

Non, plutôt pas

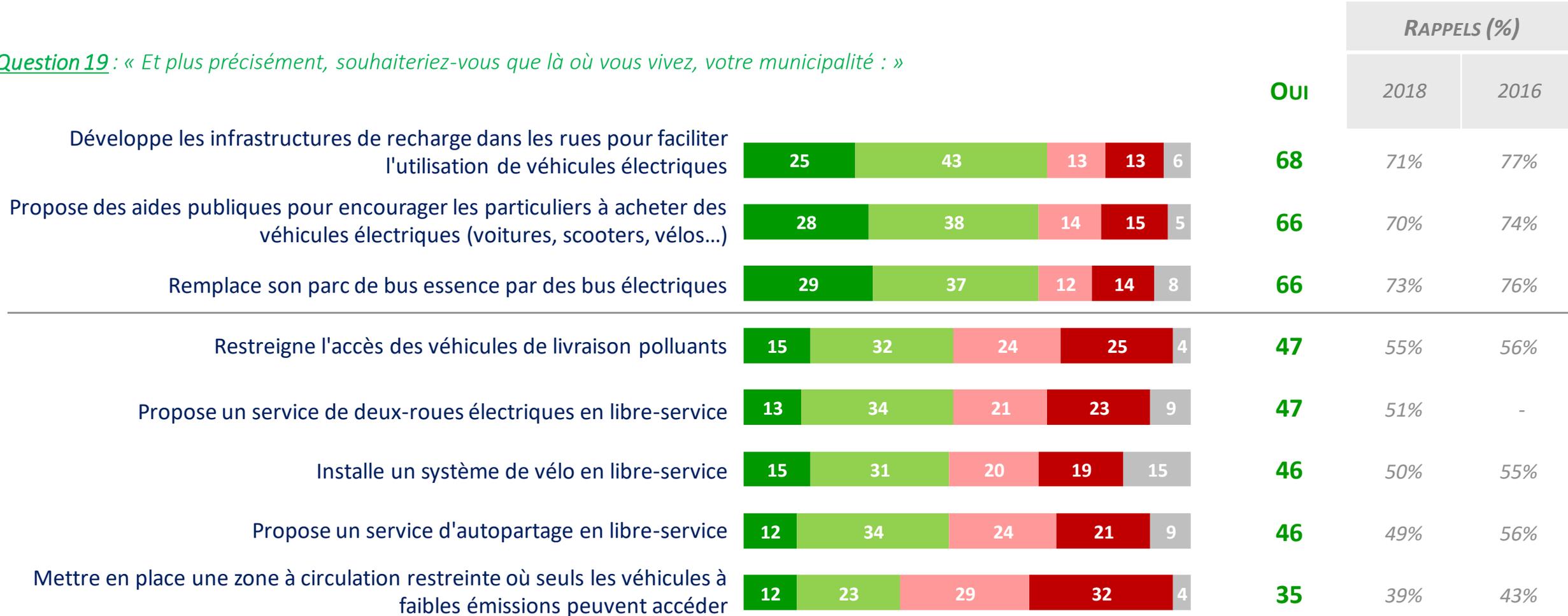
Non, pas du tout



Base : Ensemble

# LES FRANÇAIS ATTENDENT GLOBALEMENT PLUS DE RÉPONSES DE LEURS COLLECTIVITÉS POUR UNE MOBILITÉ PLUS VERTE... MAIS SANS TROP DE CONTRAINTES NI D'APPÉTENCE POUR LE LIBRE-SERVICE

*Question 19 : « Et plus précisément, souhaiteriez-vous que là où vous vivez, votre municipalité : »*



Base : Ensemble



# ANNEXES



# NOS ENGAGEMENTS

## CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ, CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com) ), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org) ), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales



# Fiabilité des résultats

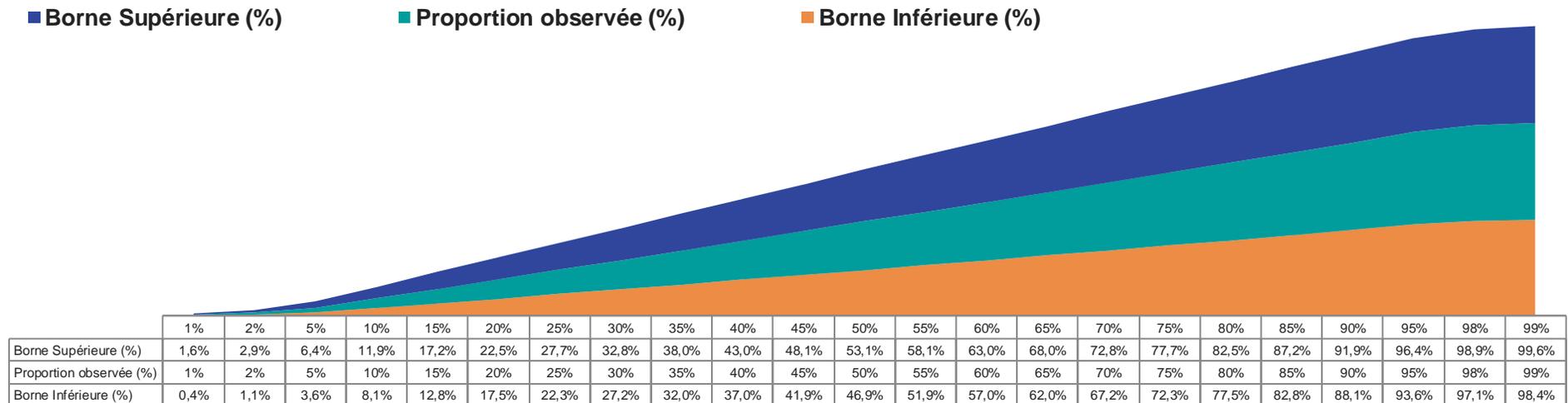
## FEUILLE DE CALCUL

### EN L'OCCURRENCE S'AGISSANT DE CETTE ÉTUDE :

Intervalle de confiance : **95%**

Taille d'échantillon : **1000**

### LES PROPORTIONS OBSERVÉES SONT COMPRISES ENTRE :



Fiabilité des résultats :

# Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

**Echantillon** : structure et représentativité

**Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## LORS DU RECUEIL

**Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

**Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).

Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan – résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :  
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.

**GAME CHANGERS**

